

громадських організацій на формування та реалізацію комплексної програми інноваційного розвитку промислових галузей і механізмів, які забезпечать динамічну модернізацію країни.

Наслідками формування нової політики повинні стати певні характеристики будівельної галузі, її виробнича і продуктова структура та параметри. Це вимагає створення організаційно-правового механізму узгодження інтересів і відповідальності держави, бізнесу і представників громадянського суспільства на довгостроковій основі. Необхідно формувати у будівельному бізнесі звичку до постійної взаємодії з наукою зі створення нових інноваційних технологічних рішень, використовувати для цього великий потенціал існуючих промислово-фінансових об'єднань.

ТЕРМІНАЛЬНІ ПЕРЕВЕЗЕННЯ У ПРЯМИХ КАНАЛАХ ЗБУТУ НА ПРИКЛАДІ МЕРЕЖІ СУПЕРМАРКЕТІВ АТБ

В. В. ДЯЧЕК, канд. екон. наук, доц., Ю. Ю. ВАГІНА, студент

Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна

yuurievna96@gmail.com

Термінальні перевезення – перевезення, що організовані і здійснюються через термінали – спеціальний комплекс споруд, складських приміщень, де здійснюється погрузка та розгрузка товарів, їх зберігання, сортування [3].

Сьогодні термінали є не лише пунктами накопичення дрібних відправок, але грають роль крупних вантажорозподільчих центрів і баз постачання, перетворюючись на все важливіші ланки логістичних ланцюгів виробників. У теорії і практиці розрізняють універсальні і спеціалізовані термінали і термінальні комплекси.

З метою мінімізації витрат деякі підприємства роздрібною торгівлі запроваджують логістичну систему з термінальними комплексами.

Компанією «АТБ-маркет» створений найбільший серед роздрібних операторів в країні логістичний комплекс, який складається з 6 розподільних центрів – терміналів. Три з них розміщені в Дніпропетровській області, по одному в Донецькій, Херсонській, Київській областях. Транспортну логістику забезпечує вантажний автопарк, який налічує більше 280 власних і

205 притягнених вантажних автомобілів [1].

Приблизний вантажообіг розподільних центрів компанії складає 70 000 тонн в місяць [1]. Складський комплекс обслуговує всі магазини торгівельної мережі "АТБ", здійснюючи планування, організацію і облік руху товарних потоків на території Центральної, Східної, Північної і Південної України.

Логістика супермаркетів АТБ представляє собою мережу розподільних центрів (складських приміщень), яку «АТБ» почала будувати першою серед українських рітейлерів. Складські приміщення розміщуються максимально близько до самих магазинів. Запровадження такої логістичної системи зменшило затрати у 2,5 рази, що складає до 2 % валового прибутку мережі в цілому [2].

Особливість діяльності супермаркетів «АТБ» у тому, що вони використовують доставку з прямих каналів збуту. У даній мережі не використовуються послуги посередників, а здійснюється доставка безпосередньо від складу до магазину.

В діяльності «АТБ» прописані оптимальні маршрути, чітко розрахований час розгрузки товарів та графік їх доставки. Цим самим відбувається економія часу і фінансів. Також з метою економії були запроваджені автомобілі зі з'ємними причепами. Це дозволяє обслуговувати декілька магазинів одночасно. Автомобіль залишає причеп біля одного магазину і продовжує доставку в інші магазини [2].

Це обумовлює також ціни нижчі, ніж у конкурентів. Важливо зазначити, що у мережі супермаркетів «АТБ» запроваджена власна торгова марка «Своя лінія». Продукція даної торгової марки виробляється по спеціальному замовленню і у певній кількості. Це дозволяє економити затрати.

Організувавши таку логістичну систему, «АТБ» створили свої конкурентні переваги. У кризових ситуаціях, це є одним із шляхів мінімізації затрат, економії коштів і часу на доставку товарів. Також це обумовлює дешевизну товарів у мережі супермаркетів «АТБ», що є привабливим для покупців.

Рекомендовано багатьом підприємствам роздрібної торгівлі України переглянути і проаналізувати логістичні системи. Це є найвигіднішим способом мінімізації витрат і максимізації прибутку.

Список використаних джерел

1. АТБ-маркет. Офіційний сайт [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.atbmarket.com/>
2. Forbes Україна [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://forbes.net.ua/magazine/forbes/1336454-pravdivaya-istoriya-atb-market>
3. Кальченко, А. Г. «Логістика. Підручник» / А.Г. Кальченко. – Київ : «Ранок», 2003. – 284 с.

ЗРОСТАННЯ МОБІЛЬНОГО ТРАФІКУ, ЯК ОДНА З ОСНОВНИХ ТЕНДЕНЦІЙ ВІТЧИЗНЯНОГО РИНКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

М. Ю. КАРТАВА, студент

Харківський національний університет імені В. Н.Каразіна
eva.278.bb@gmail.com

Г. В. МОЗГОВА, канд. екон. наук, доц.

Харківський національний університет імені В. Н.Каразіна
g.v.mozgovaya@karazin.ua

На сьогоднішній день електронна комерція являється однією з найуспішніших сфер економіки України та щороку показує високі темпи розвитку. Діючим законодавством України поняття «електронна комерція» визначається як відносини, спрямовані на отримання прибутку, що виникають під час вчинення правочинів щодо набуття, зміни або припинення цивільних прав та обов'язків, здійснені дистанційно з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем, внаслідок чого в учасників таких відносин виникають права та обов'язки майнового характеру.

В результаті аналізу показників діяльності суб'єктів даної галузі за минулий рік [1] було зроблено висновок, що однією з основних тенденцій вітчизняного ринку e-commerce стало зростання мобільного трафіку.

Кількість часу, яку українці проводять в Інтернеті використовуючи мобільні пристрої щороку зростає. Так у 2016 році доля Інтернет-користувачів, які використовували мобільні гаджети для доступу до всесвітньої мережі склала приблизно 44 %. При цьому, варто зазначити, що для 9 % користувачів смартфони та планшети виступають основним пристроєм, для користування Інтернетом [2]. За останніми статистичними даними [2] кожний п'ятий житель нашої країни здійснює он-лайн покупки.